

---

**PERAN PENERAPAN TARGET COSTING DALAM PENINGKATAN LABA UMKM**

---

Ainiyatul Mahsunah<sup>a</sup>, Hariyati<sup>b</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri  
Surabaya Kampus Ketintang Jl Ketintang, Surabaya, Indonesia**ABSTRAK**

*Target costing* adalah metode yang digunakan untuk menentukan target harga dan biaya maksimal untuk suatu produk untuk dapat mencapai keuntungan yang diharapkan. *Target costing* merupakan metode yang cocok digunakan bagi usaha dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *target costing* dapat diterapkan oleh UMKM Indonesia dan pengaruhnya terhadap peningkatan laba. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi literatur. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder dengan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa UMKM Indonesia telah menerapkan *target costing* dan berdampak pada peningkatan laba. **Kata Kunci:** *Target costing*; target harga; UMKM.

**THE ROLE OF TARGET COSTING IMPLEMENTATION IN INCREASING MSME PROFIT ABSTRACT**

*Target costing* is a method used to determine the maximum target price and cost for a product in order to get the expected benefits. *Target costing* is suitable for businesses to face competitive competition. The purpose of this study is to determine whether *target costing* can be applied by Indonesian MSMEs and its effect on increasing profits. This research is a type of literature study research and the results show that several Indonesian MSMEs have implemented *target costing* and have an impact on increasing profits. **Keywords:** *Target costing*; target price; MSME.

**PENDAHULUAN**

UMKM sebagai salah satu bentuk usaha yang terdiri dari usaha mikro, kecil dan menengah memiliki peran besar terhadap perekonomian Indonesia. UMKM mampu mempertahankan eksistensinya pada krisis yang terjadi tahun 1997-1998 di Indonesia, dimana banyak usaha besar mengalami kebangkrutan. Menurut Gunartin (2017), UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi kutub pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Berdasarkan data dari depkop.go.id, jumlah UMKM di Indonesia tahun 2018 adalah 64.194.606 atau 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. Di tengah arus globalisasi, maka persaingan yang dihadapi UMKM menjadi semakin ketat. Untuk dapat bertahan UMKM ditekan untuk menghasilkan produk dengan kualitas dan harga yang dapat diterima pasar sesuai dengan fungsi dan fitur yang dibutuhkan konsumen, namun harus tetap memperhitungkan jumlah laba yang akan diterima. Selain itu, UMKM juga perlu untuk mengidentifikasi dan memahami kondisi pasar dan konsumen. Semakin kritisnya konsumen serta beragamnya kebutuhan yang diperlukan menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM.

Permasalahan lain yang dihadapi UMKM yaitu kesulitan dalam memaksimalkan laba. Menurut Fitriyah dkk, (2020) dan Juwita dan Satria (2017) salah satu penyebab UMKM sulit berkembang yaitu UMKM masih menggunakan metode tradisional dalam kegiatan operasionalnya. Fitriyah dkk, (2020) menambahkan bahwa penggunaan metode tradisional membuat UMKM kesulitan dalam memaksimalkan laba sehingga sulit untuk mencapai target laba yang diharapkan. Kekurangan dari metode tradisional yaitu tidak memasukkan unsur konsumen pada saat proses penetapan harga (Liozu, (2017)). Selain itu metode ini bersifat statis dan tidak melihat kondisi pasar, sedangkan dalam persaingan yang semakin ketat dan dinamis, perusahaan dituntut untuk terus berusaha menemukan solusi yang dapat membantu mereka dari waktu ke waktu (Liozu, 2017). Oleh karena itu, UMKM membutuhkan metode

manajemen biaya modern yang dapat membantu mereka dalam menghadapi persaingan dan mencapai tujuan dalam memaksimalkan laba.

Tabitha dan Ogungbade (2016), menyebutkan beberapa metode penentuan biaya modern yang dapat diterapkan pada dekade ini, salah satunya yaitu *target costing*. *Target costing* adalah metode perencanaan, pengelolaan dan penurunan biaya, dimana biaya di rencanakan dan dikelola pada tahap desain dan pengembangan produk. Penerapan *target costing* telah banyak dilakukan di berbagai negara dan berpengaruh terhadap peningkatan laba, salah satunya yaitu studi yang dilakukan oleh Matarneh dan El-dalabeeh (2016) dalam studinya menyebutkan bahwa dengan menerapkan *target costing* dapat membantu perusahaan industri di Jordan dalam meningkatkan laba usaha. Namun studi yang mengkaji penerapan *target costing* pada usaha kecil dan menengah masih sedikit dilakukan. Jayeola dan Onou (2014) mengkaji penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba dan penjualan pada Usaha Kecil dan Menengah di Ogun. Hasil studi tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan antara penerapan *target costing* terhadap peningkatan penjualan dan profitabilitas. Jaradat dkk,(2018) menambahkan bahwa penerapan *target costing* dapat membantu Usaha Kecil dan Menengah di Jordan dalam menurunkan biaya dan menentukan harga kompetitif pada produk.

Studi terkait *target costing* telah banyak dilakukan di Indonesia, salah satunya studi yang dilakukan oleh Rachmatulloh dkk, (2014). Rachmatulloh dkk, (2014) menyebutkan, dengan menerapkan *target costing* CV. Onderhoud Company Shoes and Leather berhasil menaikkan laba. Laba tahun 2014 mengalami peningkatan 20% dari tahun 2011 yaitu tahun pertama usaha ini mulai menerapkan *target costing*. Sedangkan menurut Affiqah dan Fuadi (2019), UMKM Bungong Jaroe dan UMKM Rencong Aceh berhasil mencapai target laba yang diharapkan yaitu 25% setelah menerapkan *target costing*. Alasan penulis melakukan studi ini adalah karena studi terdahulu hanya terbatas pada studi kasus atau studi empiris yang berfokus pada satu usaha saja. UMKM dijadikan sebagai objek studi mengingat pentingnya peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia, dengan studi ini diharapkan dapat membantu UMKM semakin berkembang sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia menjadi lebih baik. Sehingga penulis lewat studi ini ingin mengetahui secara garis besar apakah *target costing* dapat dijadikan sebagai alternatif bagi UMKM dalam meningkatkan laba dengan memberikan gambaran kesuksesan beberapa UMKM yang telah menerapkan *target costing*. Dengan adanya studi ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi UMKM lain untuk menerapkan *target costing*. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul 'Peran Penerapan *Target Costing* dalam Peningkatan Laba UMKM'.

## TINJAUAN PUSTAKA

Mulyadi (2014:421), menyatakan bahwa *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk yang didasarkan atas harga (*target price*) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. *Target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru, kemudian merancang *prototype* yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan (Apriyanti dan Rahayu, 2014). Sedangkan menurut Lockamy dan Smith (2014), *target costing* merupakan suatu proses untuk memastikan bahwa produk yang diluncurkan dengan fungsionalitas, kualitas dan harga tertentu diproduksi dengan biaya siklus hidup yang menghasilkan tingkat keuntungan yang memuaskan. *Target costing* memberikan kesempatan dalam mengendalikan laba dan biaya produk pada waktu yang tepat, yaitu pada tahap desain. Pada tahap ini, barang dan jasa yang akan diproduksi didesain sesuai dengan kendala biaya maksimal yang telah ditetapkan. Tujuan dari penerapan *target costing* yaitu agar perusahaan dapat menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa menaikkan harga jualnya.

*Target costing* muncul tahun 1963 dengan nama 'genka kikaku'. Metode ini dipilih sebagai alat dalam menghadapi persaingan yang ketat, beragamnya kebutuhan yang diinginkan konsumen serta tekanan dari krisis keuangan yang membuat perusahaan harus melakukan pengurangan biaya untuk dapat mencapai laba yang diharapkan. Briciu dan Capusneau (2013) menyebutkan bahwa penerapan *target costing* dapat membantu perusahaan dalam menyajikan informasi yang diperlukan dalam

membuat inisiatif yang berdampak pada keuangan perusahaan serta membantu perusahaan dalam meningkatkan laba dengan melakukan pengurangan biaya berkelanjutan. *Target costing* juga dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga terbaik dimuka sehingga dapat mengurangi terbuangnya waktu dalam merencanakan desain produk (Imeokparia dan Adebisi, 2014). *Target costing* secara matematis dirumuskan sbb:

$$\text{target price} = \text{harga pasar} - \text{laba yang diinginkan}$$

Rachmatulloh dkk, (2014) mengungkapkan bahwa *target costing* dapat membantu UMKM dalam memaksimalkan laba jika prinsip-prinsip dalam *target costing* telah diterapkan secara memadai.

Menurut Witjaksono (2013:179), prinsip dalam *target costing* yaitu:

1. Harga Mendahului Biaya (*Price Lead Costing*)
2. Fokus pada Pelanggan, perusahaan membuat produk dengan spesifikasi yang dibutuhkan konsumen
3. Fokus pada Desain Produk dan Desain Proses, tahapan ini digunakan untuk menekan biaya dan mengurangi waktu yang dibutuhkan produk untuk sampai pada konsumen
4. *Cross Functional Team*, yaitu seluruh pihak bertanggungjawab penuh terhadap keberhasilan penerapan *target costing*
5. Melibatkan Rantai Nilai, yaitu penerapan *target costing* dimulai dari pemilihan pemasok hingga produk sampai pada konsumen.
6. Orientasi Daur Hidup, yaitu meminimalkan biaya selama daur hidup produk, contoh biaya bahan baku, biaya pemeliharaan dll

Penerapan *target costing* bertujuan untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga dapat memaksimalkan laba tanpa menaikkan harga jualnya (Malue, 2013). Menurut Rudianto, (2013:48) terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui untuk menerapkan *target costing* yaitu:

1. Menetapkan harga jual yang kompetitif
2. Menetapkan target laba yang diharapkan
3. Menetapkan target biaya
4. Melakukan rekayasa nilai (*value engineering*)
5. Melakukan *kaizen costing* dan pengendalian operasi

## METODE PENELITIAN

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan data kualitatif dan kuantitatif. Penelitian studi literatur adalah penelitian dimana penulis mencari informasi atau referensi yang berkaitan dengan topik penelitian yang didapatkan melalui buku, jurnal, *websites*, koran, ensiklopedia dll. Tahapan yang dilakukan penulis berdasarkan studi yang dilakukan Wahono (2015) yaitu:

1. Tahap Persiapan. Penulis menentukan topik dan tujuan penelitian. Topik yang dikaji yaitu penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba UMKM. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menggali informasi dan mengetahui apakah *target costing* merupakan metode yang tepat untuk diterapkan UMKM dalam lingkungan persaingan yang kompetitif.
2. Tahap Pelaksanaan. Penulis mencari dan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang relevan dengan topik yang dikaji.
3. Tahap Pelaporan. Penulis membuat ringkasan dari literatur yang telah dipilih dan menyimpulkan sesuai dengan tujuan penelitian.

## HASIL ANALISA

*Target costing* adalah metode penentuan target harga dan biaya maksimal atas pembuatan suatu produk. *Target costing* dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif bagi UMKM Indonesia dalam meningkatkan laba di tengah persaingan yang kompetitif. Untuk dapat mengkaji pengaruh penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba, studi ini menggunakan 15 artikel berdasarkan studi Wekke (2019) dan Kennedy (2015) sbb:

1. Sesuai dengan topik studi yaitu artikel yang mengkaji penerapan target costing terhadap peningkatan laba UMKM yang menyertakan perbedaan sebelum dan sesudah menerapkan *target costing*.
2. Sumber yang dipilih merupakan artikel dengan jenis data primer dan telah dipublikasikan sehingga validitas dan kredibilitasnya terjamin.
3. Menggunakan studi terbaru. Penulis menggunakan artikel tahun 2014-2020.

Berikut Dampak Penerapan Target Costing pada UMKM di Indonesia:

Tabel 1.UMKM yang Menerapkan *Target Costing*

No.	UMKM	Keterangan
1.	CV. Onderhoud Company Shoes and Leather	Laba meningkat 20%
2.	Bungong Jaroe dan Rencong Aceh	Target laba 27,4% dan 25,5% tercapai.
3.	Kecap Kuda Kaloka	Target laba 15% tercapai.
4.	Sumber Madu	Biaya berkurang 5-10% tiap produk dan target laba 25% tercapai.
5.	JJ. BAKERY	Laba kotor meningkat Rp.4.472.832.
6.	Ramayana Agro Mandiri	Laba meningkat dari 42,5% menjadi 57,3%.
7.	UD. Darma Yasa	Dapat menghemat biaya Rp. 55.762.252,8.
8.	Pengrajin Batik Sendang Paciran Lamongan	Dapat menghemat biaya Rp. 181.961.477.
9.	Cinta Kasih	Target laba 40% tercapai dan biaya berkurangRp. 48.128.949.
10.	Mandala Bakery	Laba kotor meningkat Rp. 3.528.000
11.	HOKI Production	Dapat menurunkan harga jual pada tiga produk.
12.	Bina Karya	Laba meningkat 14% dan dapat menurunkan harga jual produk.
13.	Hidup Baru Steel	Laba meningkat 6,62%.
14.	Usaha Dagang Tiga Putra	Dapat menghemat biaya 25-30%
15.	Kurnia Sari Bakery	Biaya produksi berkurang 8-15% tiap produk dan target laba 20% tercapai.

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa penerapan *target costing* membawa dampak positif bagi UMKM Indonesia. Penerapan *target costing* dapat membantu UMKM Indonesia dalam mendesain ulang produk sehingga dapat menurunkan biaya produksi, memaksimalkan laba usaha dan membantu menurunkan harga jual produk UMKM.

## PEMBAHASAN

*Target costing* adalah metode manajemen biaya dengan meminimalkan biaya berdasarkan perbedaan antara harga jual dan target laba agar berada dalam kondisi kompetitif yang lebih baik di pasar (Imeokparia dan Adebisi, 2014). Dengan menerapkan *target costing*, perusahaan dapat memunculkan produk yang memenuhi semua persyaratan dan harapan dari pelanggan (Potkány dkk, 2017). Tahapan *target costing* dimulai dengan menetapkan harga produk dan margin laba yang dikehendaki, hasil selisih antara harga produk dan margin laba akan menjadi biaya maksimal yang digunakan dalam memproduksi barang dan jasa. Biaya maksimal yang telah ditetapkan akan menjadi acuan dalam melakukan *value engineering* produk. Penetapan harga produk sebelum proses produksi dimulai akan membantu UMKM dalam menentukan harga jual yang efektif sehingga harga jual yang ditetapkan tidak berada diatas harga pasar dan harga para pesaing.

Tujuan dari penerapan *target costing* yaitu agar perusahaan dapat menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa menaikkan harga jualnya (Malue, 2013). Beberapa alasan UMKM dalam menerapkan *target costing* yaitu *target costing* dapat membantu dalam meningkatkan laba tanpa menurunkan kualitas dari produk yang dihasilkan (Rachmatulloh dkk, (2014) dan Fitriyah dkk (2020)). Sari dkk, (2019) dan Gregory dkk, (2016) menyebutkan bahwa *target costing* dapat membantu UMKM dalam mengelola biaya dengan baik dan membantu dalam merancang produk dengan biaya yang tidak lebih besar dari target biaya yang telah ditetapkan. Sedangkan Juwita dan Satria (2017) dan Darmayasa dkk, (2019) menyebutkan tujuan penerapan *target costing* yaitu untuk membantu UMKM dalam memaksimalkan laba dan membantu dalam menentukan harga produk sesuai dengan harga pasar. Berikut beberapa UMKM yang telah menerapkan *target costing*:

Tabel 2. Dampak Sesudah Menerapkan *Target Costing*

No.	UMKM	Keterangan
1.	CV. Onderhoud Company Shoes and Leather (Rachmatulloh dkk, 2014)	Laba meningkat 20% dari tahun pertama menerapkan <i>target costing</i> .
2.	Bungong Jaroe dan Rencong Aceh (Affiqah dan Fuadi, 2019)	Target laba 27,4% dan 25,5% tercapai melebihi yang diharapkan yaitu 25%.
3.	Kecap Kuda Kaloka (Khasanah dkk, 2017)	Dapat mencapai laba 15%.
4.	Sumber Madu (Anugerah dkk, 2017)	Biaya produksi berkurang 5-10% tiap produk dan laba sebesar 25% dapat tercapai.
5.	JJ. BAKERY (Wuysang dan Pusung, 2019)	Laba kotor meningkat Rp. 4.472.832.
6.	Ramayana Agro Mandiri (Fitriyah dkk., 2020)	Dapat meningkatkan laba dari 42,5% menjadi 57,3% dari 3 produk yang dihasilkan.
7.	Darma Yasa (Darmayasa dkk, 2019)	Dapat menghemat biaya Rp. 55.762.252,8.
8.	Batik Sendang Paciran Lamongan (Titin, 2016)	Dapat menghemat biaya Rp. 181.961.477.
9.	Cinta Kasih (Gregory dkk., 2016)	Target laba 40% tercapai dan biaya berkurang Rp.48.128.949.
10.	Mandala Bakery (Arifin dkk, 2016)	Laba kotor meningkat Rp. 3.528.000
11.	HOKI Production (Juwita dan Satria, 2017)	Dapat menurunkan harga jual produk, yaitu pada kaos oblong bahan <i>combed</i> dari harga Rp. 45.000 menjadi Rp. 43.000, kemeja dari harga Rp. 95.000 menjadi Rp. 93.000 dan jaket dari harga Rp. 105.000 menjadi Rp. 100.000.
12.	Bina Karya (Sari dkk., 2019)	Dapat menaikkan laba 14% yaitu dari 12% menjadi 24% dan menurunkan harga jual produk. Pada jenis blok antik polos dari harga Rp. 50.000 menjadi Rp. 49.000 dan blok hexagon warna dari harga Rp. 53.000 menjadi Rp. 52.000.
13.	Hidup Baru Steel (Indriani dkk, 2019)	Laba meningkat dari 5,17% menjadi 11,79.
14.	Usaha Dagang Tiga Putra (Kumalasari, 2016)	Dapat menghemat biaya 25-30%

- 
15. Kurnia Sari Bakery (Haqui dkk, 2018) Biaya produksi berkurang 8-15% tiap produk dan laba yang diharapkan yaitu 20% dapat dicapai.
- 

Sumber: data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa penerapan *target costing* membawa dampak positif bagi UMKM Indonesia. Salah satu usaha yang telah menerapkan *target costing* yaitu CV. Onderhoud Company Shoes and Leather yang telah menerapkan *target costing* dari tahun 2011. Rachmatulloh dkk, (2014) mengungkapkan bahwa CV. Onderhoud Company Shoes and Leather telah menerapkan prinsip-prinsip *target costing* secara memadai. Rachmatulloh dkk, (2014) juga mengungkapkan bahwa *target costing* dapat membantu UMKM dalam memaksimalkan laba usaha tanpa mengurangi kualitas produk jika prinsip dalam *target costing* telah diterapkan secara memadai. UMKM ini telah berhasil menaikkan laba 20% tahun 2014 dibandingkan dengan laba 2011 yaitu tahun pertama menerapkan *target costing*. Laba tahun 2011 yaitu Rp. 338.136.200, sedangkan laba 2014 yaitu Rp. 423.111.100 dengan selisih sebesar Rp. 84.974.900.

UMKM lain yang telah menerapkan *target costing* yaitu Bungong Jaroe dan Rencong Aceh di Aceh (Affiqah dan Fuadi, 2019). UMKM ini dapat mencapai target laba 27,4% dan 25,5% melebihi target laba yang diharapkan yaitu 25%, dimana sebelumnya target laba yang dicapai hanya 23,6% dan 19%. Studi yang dilakukan oleh Khasanah dkk, (2017) dan Anugerah dkk, (2017) mengungkapkan bahwa Kecap Kuda Kaloka dan Usaha Sumber Madu juga telah berhasil mencapai target laba yang diinginkan yaitu 15% dan 25%, dimana dengan metode perhitungan terdahulu belum mampu mencapai target laba tersebut. Usaha Sumber Madu juga dapat menekan biaya 5-10% tiap jenis produk yang dihasilkan. Selain itu, Wuysang dan Pusung, (2019) mengungkapkan bahwa JJ Bakery juga dapat menaikkan laba kotor sebesar Rp. 4.472.832 setelah menerapkan *target costing*.

Penerapan *target costing* dengan tahapan *value engineering* dapat membantu UMKM dalam mengurangi biaya produksi sehingga laba dapat dimaksimalkan. *Value engineering* adalah proses desain ulang rancangan produk dengan tujuan memperbaiki biaya dan kualitas produk (Titin, 2016). Pada tahap ini UMKM dapat menemukan titik pemborosan dan ketidakefisienan biaya selama alur produksi sehingga biaya dapat dikendalikan. Titin (2016) menyebutkan bahwa *value engineering* dapat membantu Pengrajin Batik Sendang Paciran Lamongan dalam menekan biaya sehingga laba kotor meningkat pesat sebesar Rp. 181.961.477, dengan rincian sbb: pada sarung jenis sutera sebesar Rp. 60.415.474. Pada sarung jenis maseris sebesar Rp. 121.107.678 dan pada sarung jenis gobita sebesar Rp. 438.325. Penerapan *target costing* juga dapat membantu Kurnia Sari Bakery dalam memaksimalkan laba. Pemilik mengalami kesulitan untuk menaikkan kembali omset usaha yang mengalami penurunan. Setelah menerapkan *target costing* Kurnia Sari Bakery dapat menekan 8-15% biaya dan mampu mencapai target laba yang diharapkan yaitu 20% (Haqui dkk, 2018).

Darmayasa dkk, (2019) dalam studinya mengungkapkan bahwa penerapan *target costing* pada UD. Darma Yasa dapat membantu UMKM ini dalam melakukan penghematan biaya sebesar Rp. 55.762.252,8. Sebelum menerapkan *target costing*, biaya yang dikeluarkan usaha ini yaitu Rp. 889.230.000, sedangkan setelah menerapkan *target costing* biaya berkurang menjadi Rp. 833.467.747,2. Studi lain yang dilakukan oleh Gregory dkk., (2016) menyebutkan bahwa penerapan *target costing* dapat membantu UD Cinta Kasih dalam mengurangi biaya produksi. Total biaya yang dikeluarkan sebelum menerapkan *target costing* yaitu Rp. 595.808.949. Sedangkan setelah menerapkan *target costing* total biaya berkurang menjadi Rp. 547.680.000 dengan selisih Rp. 48.128.949. Sehingga laba kotor mengalami kenaikan sebesar Rp. 48.138.949. Selain itu, usaha ini dapat mencapai target laba sebesar 40%. Usaha Dagang Tiga Putra juga mengalami penghematan biaya 25-30 % dari biaya yang dikeluarkan pada metode sebelumnya (Kumalasari, 2016).

Berdasarkan beberapa studi di atas menunjukkan adanya pengaruh penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba pada UMKM. Hal ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Jayeola dan Onou (2014) dan Jaradat dkk, (2018) yang menyebutkan bahwa penerapan *target costing* berpengaruh terhadap peningkatan laba UMKM. Selain peningkatan laba, manfaat lain yang didapat yaitu membantu

---

UMKM dalam mencapai target laba yang diharapkan, mengurangi biaya produksi dan menurunkan harga jual produk. Penulis lewat studi ini merekomendasikan *target costing* sebagai salah satu alternatif yang dapat diterapkan UMKM.

## KESIMPULAN

*Target costing* adalah metode penentuan target harga dan biaya maksimal atas pembuatan suatu produk. *Target costing* dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif bagi UMKM di Indonesia dalam menghadapi lingkungan persaingan yang kompetitif pada era globalisasi. Penerapan *target costing* dengan tahapan *value engineering* dapat membantu UMKM dalam mendesain ulang unsur biaya sebelum produk diproduksi guna mengefisiensi biaya sehingga UMKM dapat memaksimalkan laba. Beberapa UMKM di Indonesia sudah menerapkan *target costing* dan terbukti berpengaruh terhadap peningkatan laba, yaitu CV. Onderhoud Company Shoes and Leather, UMKM Bungong Jaroe dan UMKM Rencong Aceh. Studi lainnya mengungkapkan bahwa penerapan metode *target costing* lebih bermanfaat dalam meningkatkan laba usaha daripada metode yang sebelumnya digunakan UMKM. Saran bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk menambah jumlah artikel dan tahun penelitian sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik, mengingat penelitian ini hanya menggunakan 15 artikel dari tahun 2014-2020.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affiqah, C., & Fuadi, R. (2019). PENERAPAN METODE TARGET COSTING DALAM PERENCANAAN BIAYA PRODUKSI UNTUK OPTIMALISASI LABA PADA UMKM DENDENG SAPI ACEH DI BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 4(2), 317–324.
- Anugerah, E. G., Mas'ud, I., & Wahyuni, N. I. (2017). *Penerapan Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba ( Target Costing Application on Managing Production Cost for Profit Optimizing )*. IV(2012), 19–23.
- Apriyanti, E., & Rahayu, Y. (2014). PENERAPAN METODE TARGET COSTING DALAM PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI. 3(4).
- Arifin, N. I., Karamoy, H., & Meily, K. (2016). ANALISIS TARGET COSTING DALAM UPAYA PENGURANGAN PADA MANDALA BAKERY. 16(03), 635–646.
- Briciu, S., & Capusneanu, S. (2013). PROS AND CONS FOR THE IMPLEMENTATION OF TARGET COSTING METHOD IN ROMANIAN ECONOMIC ENTITIE. 12(3), 455–470.
- Darmayasa, G., Sujana, I. N., & Haris, I. A. (2019). ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DALAM EFISIENSI BIAYA PRODUKSI BATAKO PADA UD DARMA YASA DI DESA PANJI, KECAMATAN SUKASADA, KABUPATEN BULELENG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2).
- Fitriyah, Priminingtyas, D. N., & Retnoningsih, D. (2020). PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI KERIPIK APEL DI UD RAMAYANA AGRO MANDIRI KOTA BATU BERDASARKAN SISTEM PENJUALAN ONLINE DAN OFFLINE APPLICATION. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4, 97–110.
- Gregory, S. G., Tinangon, J., & Tirayoh, V. (2016). PENDEKATAN TARGET COSTING SEBAGAI ALAT PENILAIAN EFISIENSI PRODUKSI PADA UD. CINTA KASIH. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(04), 224–233.
- GUNARTIN. (2017). PENGUATAN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 2(2), 46–55.
- Haqui, Q., Lestari, R., & Rosdiana, Y. (2018). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Pengurangan Biaya Produksi Dalam Mengoptimalkan Perolehan Laba ( Studi Kasus Pada Kurnia Sari Bakery ). *Prosiding Akuntansi*, 4(1), 141–149.

- III, A. L., & Smith, W. I. (2014). *Target Costing for Supply Chain Management Target costing for supply chain management: criteria and selection*. (November), 210–218. <https://doi.org/10.1108/02635570010304789>
- Imeokparia, L., & Adebisi, S. (2014). *Target Costing and Performance of Manufacturing Industry in South-Western Nigeria*. 14(4).
- Indriani, C., Burhanudin, A., & Amelia, T. (2019). Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi (JIMFE)*.
- Jaradat, Z. A., Taha, R. B., Rosliza Binti Zin, M., & Zakaria, W. Z. W. (2018). THE USE OF MANAGEMENT ACCOUNTING PRACTICES IN JORDANIAN SMALL-AND-MEDIUM-SIZED ENTERPRISES. *Academy of Accounting and Financial Journal*, 22(2), 1–19.
- Jayeola, O., & Onou, D. P. (2014). *Implementing Target Costing in Small and Medium Scale Enterprises in Ogun Industrial Metropolis*. 4(8), 222–233.
- Juwita, R., & Satria, M. R. (2017). PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA PRODUK. 1(2), 184–193.
- Kennedy, M. M. (2015). *Defining a Literature*. 36(3), 139–147. <https://doi.org/10.3102/0013189X07299197>
- Khasanah, R., Raharjo, K., & Hartono. (2017). ANALISIS PENERAPAN METODE TARGET COSTING DALAM UPAYA MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK MEMAKSIMALKAN BIAYA (Studi Kasus Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka di Salatiga Tahun 2016). 1–18.
- Kumalasari, H. W. (2016). Penerapan Sistem Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Usaha ( Studi Kasus Usaha Dagang Tiga Putra di Kota Mojokerto ). 1(1), 123–146.
- Liozu, S. M. (2017). *A Reality Check on Cost-Based Pricing Versus Value-Based Pricing*. 20–24.
- Malue, J. (2013). ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING SEBAGAI SISTEM PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI PADA PT CELEBES MINA PRATAMA. 1(3), 949–957.
- MATARNEH, G. F., & El-dalabeeh, A. K. (2016). The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(4), 301– 312. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v6-i4/2465>
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya* (Edisi Keli). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN.
- Potkány, M., Novák, P., Kováč, R., & Hitka, M. (2017). *Innovation of a Technological Product with Utilizing the Target Costing Methodology*. 7(2), 130–137.
- Rachmatulloh, C. K., Fitriah, E., & Lestari, R. (2014). Analisis Penerapan Target Costing Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather). 154–160.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, D. A., Setiono, H., & Dwihandoko, T. H. (2019). ANALISIS PENEDEKATAN TARGET COSTING SEBAGAI ALAT EFISIENSI PEMBUATAN PAVING BLOCK PADA UD . BINA KARYA. *Repositori UNIM*, 1–12.
- Syaodih, N. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tabitha, N., & Ogungbade, O. I. (2016). *Cost Accounting Techniques Adopted by Manufacturing and Service Industry within the Last Decade*. 5(1), 48–61.
- Titin. (2016). ANALISA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA KOTOR DENGAN MENGGUNAKAN METODE TARGET COSTING (STUDI KASUS PADA PENGRAJIN BATIK SENDANG PACIRAN LAMONGAN). II(2), 417–424.
- Wahono, R. S. (2015). *A Systematic Literature Review of Software Defect Prediction : Research Trends , Datasets , Methods and Frameworks*. 1(1).



Wekke, I. S. (2019). *METODE PENELITIAN SOSIAL*. Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku.

Witjaksono, A. (2013). *Akuntansi Biaya* (Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wuysang, C. C., & Pusung, R. J. (2019). PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA KOTOR PADA UD . JJ BAKERY. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3548–3557.